



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SANJAI SALSABILLA DI KOTA PAYAKUMBUH**

**RIDO OYONA**  
**NIM. 11371104961**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Sanjai Salsabila di kota Payakumbuh. Analisis ini menggunakan variable independen yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi. Variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan pada responden yang pernah membeli atau mengonsumsi produk Sanjai Salsabila di kota Payakumbuh dengan mengambil sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Data yang diperoleh dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan regresi linear berganda  $Y = 0,739 + 0.351X_1 + 0.260X_2 + 0.352X_3 + e$ . Hasil uji  $f$  menunjukkan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Sanjai Salsabila di kota Payakumbuh. Selanjutnya besar pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di ketahui dengan melihat nilai  $R$  Square sebesar 0,668 atau 66,8% berarti terdapat hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian. Sisanya 33,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti harga, persepsi konsumen, dan motivasi.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian